

ELABORAT O STUDIJSKOM PROGRAMU

1. OPĆE INFORMACIJE				
1.1. Nositelj predmeta	Izv. prof. dr. sc. Jerko Valković		1.6. Godina studija u kojoj se predmet izvodi	1.-2.
1.2. Naziv predmeta	Mediji i religija		1.7. Bodovna vrijednost (broj bodova po ECTS sustavu)	3
1.3. Suradnici			1.8. Način izvođenja nastave (broj sati P + V + S + e-učenje)	P – 1 S - 1
1.4. Studijski program (preddiplomski, diplomski, integrirani)	diplomski		1.9. Očekivani broj studenata na predmetu	15
1.5. Status predmeta	obvezni	x izborni	1.10. Razina primjene e-učenja (1., 2., 3. razina), postotak izvođenja predmeta <i>on line</i> (maksimalno 20%)	
2. OPIS PREDMETA				
2.1. Ciljevi predmeta	Razumjeti osnovne pojmove vezane uz medije odnosno religiju kada se promatra s komunikacijskog polazišta. Predstaviti načine na koji je Crkva komunicirala odnosno kako se odnosila prema medijima. Upoznati studente s osnovnim postavkama teologije komunikacije, značenju medija za evangelizaciju, raspravama vezanim uz prijenose liturgijskih slavlja kao i temeljnim elementima unutarcrkvenog dijaloga. Predstavljajući nauk Crkve studenti se upoznaju s osnovnim načelima etičkoga djelovanja u medijima. Upotreba vjerskih slika i simbola u medijima. Razumjeti glavne izazove s kojima se susreću religije ulazeći u virtualni prostor.			
2.2. Uvjeti za upis predmeta i / ili ulazne kompetencije potrebne za predmet	Završen preddiplomski studij.			
2.3. Ishodi učenja na razini programa kojima predmet pridonosi	<ul style="list-style-type: none"> - obrazložiti mogućnost i važnost primjene stečenih znanja iz područja teologije i religijskih znanosti u različitim područjima društvenog, kulturnog, odgojno-obrazovnog i vjerskog djelovanja te u medijima i specijaliziranom izdavaštvu, a u svrhu promicanja kršćanske kulture - biti osposobljen za konstruktivno djelovanje na području ekumenskog, međureligijskog i međukulturalnog dijaloga i suradnje u svrhu promicanja nenasilja, mira i suživota u hrvatskom, širem regionalnom i globalnom kontekstu. 			
2.4. Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (3-10 ishoda učenja)	Definirati i opisati pojmove komunikacijski proces, mediji, teologija komunikacije. Objasniti načine komunikacije Crkve kroz povijest. Prepoznavati, analizirati i vrednovati medijsko predstavljanje vjerske tematiku unutar medijskog prostora. Prepoznavati osnovne karakteristike i aktere komunikacijskih procesa u komuniciranju religijskih zajednica.			
2.5. Opis sadržaja predmeta	Uvod u kolegij (2 sata) Temeljni pojmovi: komunikacija, mediji, religija kao komunikacija. (2 sata) Temeljni komunikacijski procesi unutar religije i religijskih zajednica. (4 sata) Značenje medija za religijske zajednice. (6 sata) Temeljni etički izazovi i načela u medijima. (6 sati) Prisutnost i upotreba vjerskih simbola u religiji. (4 sati) Novi oblici religioznosti u virtualnom prostoru. (6 sati)			
2.6. Vrste izvođenja nastave:	X predavanja x seminari i radionice <input type="checkbox"/> vježbe <input type="checkbox"/> <i>on line</i> u cijelosti	<input type="checkbox"/> samostalni zadaci <input type="checkbox"/> multimedija i mreža <input type="checkbox"/> laboratorij <input type="checkbox"/> mentorski rad	2.7. Komentari:	

OBRAZAC 1 Vrednovanje sveučilišnih studijskih programa preddiplomskih, diplomskih i integriranih preddiplomskih i diplomskih studija te stručnih studija (2016.)

ELABORAT O STUDIJSKOM PROGRAMU

	<input type="checkbox"/> mješovito e-učenje <input type="checkbox"/> terenska nastava	<input type="checkbox"/> (ostalo upisati)							
2.8. Obveze studenata	pohađanje nastave seminarski rad završni ispit								
2.9. Praćenje rada studenata	Pohađanje nastave	DA	NE	Istraživanje	DA	NE	Usmeni ispit	DA	NE
	Eksperimentalni rad	DA	NE	Referat	DA	NE	(Ostalo upisati)	DA	NE
	Esej	DA	NE	Seminarski rad	DA	NE	(Ostalo upisati)	DA	NE
	Kolokvij	DA	NE	Praktični rad	DA	NE	(Ostalo upisati)	DA	NE
	Projekt	DA	NE	Pismeni ispit	DA	NE	Broj bodova po ECTS sustavu (ukupno)	3	
2.10. Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i / ili na drugi način)	Naslov						Dostupnost u knjižnici	Dostupnost putem ostalih medija	
	Strujić, J., Evangelizacijsko poslanje Crkve i novi oblici komunikacije, Sveučilište u Splitu Katolički bogoslovni fakultet, 2015. (odabrana poglavlja);						da		
	Valković, J., Crkva i svijet medija. Mogućnost susreta i različitost perspektiva, Zagreb, Glas Koncila, 2013. (odabrana poglavlja)						da		
	Poli, G. F., Cardinali, M., Komunikacija u teološkoj perspektivi. Promišljanja o komunikativnim aspektima vjere, Zagreb, Kršćanska sadašnjost, 2008. (odabrana poglavlja)								
	Hrvatska biskupska konferencija, Crkva i mediji. Pastoralne smjernice, Zagreb, Glas Koncila, 2006.						da		
	Riječki teološki časopis, 27 (2006) 1 (tema broja: Crkva i mediji)						da	hrčak	
	Campbell H. (ur.), <i>Digital Religion. Understanding religious practice on new media worlds</i> , London — New York, 2012.								
Pace E., <i>La comunicazione invisibile. Le religioni in Internet</i> , Cinisello Balsamo, 2013.									
2.11. Dopunska literatura	Mitchell J., Marriage A., (ur.), <i>Mediating Religion. Conversation in Media, Religion and Culture</i> , London – New York 2006.								
2.12. Ostalo (prema mišljenju predlagatelja)	Spadaro, A., <i>Cyberteologia. Pensare il cristianesimo al tempo della rete</i> , Milano, 2012.								